

тивних структур / О. Гарафонов // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – № 2. – С.163-170.

3.Басалай С.І. Механізми управління фінансовими ресурсами корпорації / Басалай С. І. – М.: ТДДС Столиця-8", 2001. – С.34-42.

4.Муравьев А. Корпоративное управление и его влияние на поведение приватизированных предприятий / А. Муравьев, Л. Савулькин // Вопросы экономики. – 1998. – №7. – С.114-117.

5.Венгер Л.А. Формування ефективної системи корпоративного управління // Потенціал національної промисловості: цілі та механізми ефективного розвитку / Л. А. Венгер; Ю. В. Кіндзерський (ред.). – К.: Ін-т економіки та прогнозування, 2009. – С.658-673.

Отримано 22.08.2011

УДК 330.874

Л.В.ЛЕВКОВСЬКА, канд. екон. наук

ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України», м.Київ

КОРПОРАТИВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ТРАНСФЕР ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ

Розкрито сутність поняття «корпоративний технологічний трансфер», визначено основні принципи технологічного менеджменту в умовах глобалізації економіки, зокрема наукове прогнозування, очікування, економічна доцільність, адаптивність, конкурентоспроможність, стратегічна гнучкість та ін.

Раскрыта сущность понятия «корпоративный технологический трансфер», определены основные принципы технологического менеджмента в условиях глобализации экономики, в частности научное прогнозирование, ожидание, экономическая целесообразность, адаптивность, конкурентоспособность, стратегическая гибкость и др.

In the article essence of concept is exposed corporate technological transfer, basic principles of technological management are certain in the conditions of globalizstion of economy, in particular scientific prognostication, expectation, financial viability, adaptivity, competitiveness strategic flexibility et al.

Ключові слова: корпоративний технологічний трансфер, принципи технологічного менеджменту, глобалізація економіки.

Одним із значимих результатів останніх років у сфері інноваційних процесів є те, що у великих українських корпораціях починають формуватися системи створення, поширення і просування на ринок інноваційних продуктів і технологій – корпоративні інноваційні системи.

Питання корпоративного технологічного трансферу знайшли своє відображення в роботах [1-7] та ін. Проте залишається багато прогалин щодо оптимізації процесів корпоративного трансферу технологій.

Проблема формування ефективного механізму впровадження інновацій становить особливий інтерес, оскільки її рішення, по-перше,

забезпечує реалізацію цілей корпоративної інноваційної політики, яка сприятиме підвищенню інноваційної активності компанії, а по-друге, формує передумови для подальшої комерціалізації внутрішніх, створених підрозділами корпорації, інновацій.

Передусім необхідно уточнити, що розуміють під механізмом упровадження інновацій. Інноваційний механізм – це організаційно-економічна форма здійснення інноваційної діяльності і сприяння пошуку інноваційних рішень, а також важелі стимулювання і регулювання цієї діяльності. Згідно з наведеним визначенням, механізм упровадження інновацій – це певна організаційно-економічна форма. Подібний підхід ми вважаємо не цілком обґрунтованим. Очевидно, що його автор не розглядав суть інноваційного механізму із системних позицій, і тому замість єдиного корпоративного механізму пропонується сформувати систему механізмів управління інноваціями, яка може бути представлена наступними функціональними групами [1]:

- механізми організації інноваційної діяльності, розробки і впровадження інновацій, фінансування інноваційної діяльності;
- мотиваційні і стимулюючі інноваційні механізми;
- механізми технологічного трансферу, інтелектуальної власності;
- механізми планування інноваційних заходів і контролю, взаємодії учасників інноваційного процесу.

Ми вважаємо, що корпоративний механізм упровадження інновацій слід розглядати як систему взаємозв'язаних елементів, підпорядкованих досягненню поставленої мети. Цілі функціонування такого механізму визначаються корпоративною інноваційною політикою.

У процесі формування механізму впровадження інновацій необхідно дотримуватися наступних принципів:

системності – елементи механізму мають бути об'єднані системними властивостями, що забезпечують синергетичний ефект від їх взаємодії, достатньої різноманітності – функціональні підсистеми, які формують механізм, повинні відповідати його функціям;

адаптивності – механізм має бути досить гнучким щодо динаміки вимог до його структури і функцій;

економічної ефективності – функціонування механізму повинно бути економічно виправданим, виходячи з критеріїв економічної ефективності, прийнятих у корпорації.

Суть механізму впровадження інновацій має відображати його функціональну спрямованість, тобто об'єднувати внутрішньокорпоративну інфраструктуру, елементи якої є функціональними підсистемами такого механізму і системою регламентів, що забезпечують нормальну роботу підсистем і необхідну тісноту їх інформаційної взаємодії.

Таким чином, поєднання принципів регулювання і самоорганізації забезпечить, на наш погляд, ефективне функціонування корпоративного механізму впровадження інновацій. Ключовою проблемою сучасного технологічного розвитку стає поширення передових технологій, передача (трансфер) їх від одних учасників ринку іншим на комерційній і некомерційній основі.

Під технологічним трансфером (ТТ) розуміють передачу технології (як правило, у нематеріалізованій формі) від однієї організації до іншої. Це ключовий елемент будь-якої інноваційної системи, оскільки за допомогою такого процесу знання і технології перетворюються на конкретні нові продукти і послуги, що сприяє економічному зростанню і задоволенню соціальних потреб [2].

На нашу думку, технологічний трансфер є складовою інноваційного процесу і традиційно охоплює сукупність етапів інноваційного циклу – від досліджень і розробок до комерціалізації.

Трансфер технології – передача науково-технічних знань і досвіду для надання науково-технічних послуг, застосування технологічних процесів, випуску продукції. Критерієм наявності факту передачі є активне застосування переданої технології для виробничих цілей. Часто поняття *комерціалізації технологій* і *трансфер технологій* асоціюють як абсолютно тотожні, що не завжди правильно. Перша передбачає економічно ефективну (з отриманням прибутку для розробника і реципієнта) реалізацію технологій у промисловому масштабі. Успішна комерціалізація вимагає одночасного виконання низки умов: технічна здійсненність у промисловому масштабі; усвідомлена потреба реципієнта в інноваціях; здатність персоналу сприймати інновації; фінансові ресурси; державна підтримка. Натомість, основою трансфера технологій є передача інформації в усіх доступних формах для виконання певного завдання. Таким чином, якщо комерціалізація є метою прикладного наукового дослідження, то трансфер – одним із способів її здійснення.

З позицій корпоративного управління технологічний трансфер слід розглядати в контексті технологічного менеджменту. Корпоративний технологічний менеджмент покликаний забезпечити відповідність технологічного рівня компаній, що утворюють корпорацію, вимогам конкурентоспроможності і стратегічної стійкості останньої. Розглянемо структурну модель, що відображає основні завдання технологічного менеджменту.

Для досягнення головної мети технологічного менеджменту необхідно виявити специфічні тенденції його розвитку:

- за своїми цілями, завданнями і функціями він зближується

ся з менеджментом знань. У сучасних умовах, як підкреслюють окремі дослідники, знання набуває так званого полівалентного вигляду. Воно комбінує в собі результати фундаментальних і прикладних досліджень;

- основною стратегією менеджменту є ідентифікація нових сприятливих можливостей і організація процесу створення нових знань;

- розвиток знання у форматі технологічного прогнозу стає практичним моментом формулювання стратегії;

- час реагування на конкуренцію все більше скорочується, що визначає первинну роль навчання в корпоративних структурах;

- глобальне технологічне бачення залежатиме від знань, інновацій і загального корпоративного рівня управління.

Для великих корпорацій основними принципами технологічного менеджменту в умовах глобалізації економіки є: наукове прогнозування, очікування, економічна доцільність; адаптивність, конкурентоспроможність, стратегічна та операційна гнучкість і рівень залученості.

Принцип наукового прогнозування визначає стратегічний характер технологічного менеджменту, спрямований на технологічне прогнозування, використання методів технологічного форсайту, що дають змогу виявити найбільш перспективні напрями технологічного розвитку корпорації, які забезпечують формування довгострокових переваг.

Принцип очікування орієнтований на майбутнє отримання результату, забезпечуючи здійснення прикладних досліджень і розробки всередині корпорації, силами власних дослідницьких підрозділів.

Принцип економічної доцільності покликаний збалансувати прагнення до отримання нових знань та існуючі економічні й фінансові ресурсні обмеження, спрямовуючи процес технологічного менеджменту на досягнення економічного ефекту в осяжній перспективі.

Принцип адаптивності пов'язаний з можливістю довгострокового використання технологічного потенціалу корпорації за рахунок здійснення постійних адаптивних технологічних інновацій.

Принцип конкурентоспроможності фактично є інтеграційним, об'єднуючи сукупність вимог, спрямованих на підтримку конкурентоспроможності продукції корпорації в довгостроковій економічній перспективі.

Принцип стратегічної та операційної гнучкості передбачає можливість гнучкого використання технологічного потенціалу корпорації на основі селективного підходу до формування портфеля технологій і вибору оптимальної стратегії застосування результатів його реалізації.

Принцип залученості означає необхідність максимально широкої

участі менеджерів і персоналу в підготовці та ухваленні технологічних рішень, інноваційному процесі, програмах підвищення кваліфікації тощо.

Таким чином, очевидно, що технологічний менеджмент – це один з напрямів інноваційного менеджменту, який, у свою чергу, відноситься до стратегічних ланок системи корпоративного менеджменту (рис.1).

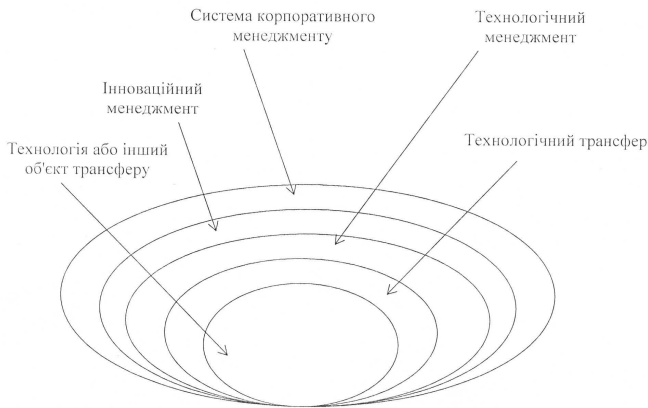


Рис. 1 – Місце технологічного менеджменту і трансферу в системі корпоративного менеджменту

В системі технологічного трансферу можна виділити продавця технології, її покупців (одержувачів) і посередників (технологічних брокерів), тобто він є ланцюгом створення цінності (рис.2).

Основними етапами технологічного трансферу для продавця технології є наступні: технологічний аудит, що включає експертну оцінку і маркетингові дослідження технології; пошук нових ринків для застосування технології; оцінки можливостей її комерціалізації; вироблення стратегії передачі технології; підготовка матеріалів відповідно до міжнародних стандартів представлення технології (наприклад, Європейській асоціації з трансферу технології інновацій і промислової інформації); консультативний і юридичний супровід – консультації щодо захисту інтелектуальної власності, вироблення оптимальної форми передачі технології, юридичне оформлення передачі технології; супровід прийому технології освоєння придбанної технології, консультативне виробничо-технічне забезпечення, навчання персоналу, тренінги тощо.

Для *покупця* технологічний трансфер повинен додатково включати такі етапи, як збір інформації та аналіз альтернативних варіантів

- організаційні одиниці, в яких зосереджено певні види діяльності (як підрозділи підприємства, так і зовнішні щодо нього контрагенти);
- відносини, в які вступають організаційні одиниці у процесі певних видів діяльності, а також стосунки між людьми, що управляють цими одиницями;
- механізми управління і контролю ефективністю функціонування організаційних одиниць та відносин між ними.

Таким чином, бізнес-модель має подвійну природу, що охоплює види діяльності, з одного боку, та відносини, в які вступають учасники тих або інших видів діяльності, – з іншого.

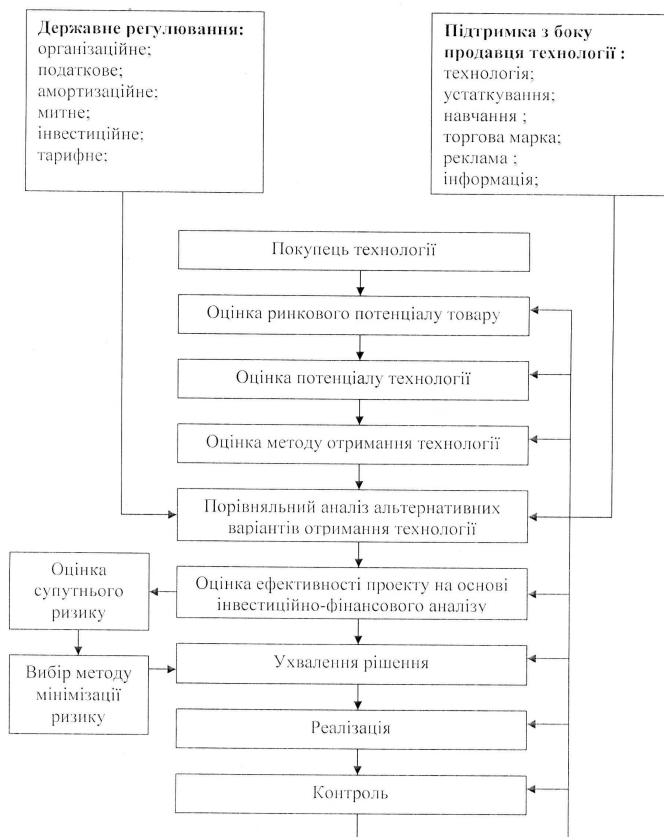


Рис.3 – Послідовність етапів технологічного трансферу для покупця

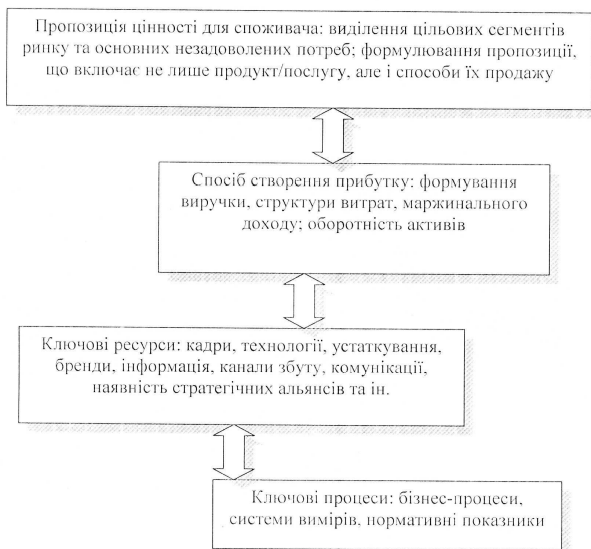


Рис.4 – Ключові елементи для декомпозиції бізнес-моделі

Разом з тим, хоча розвиток концепції бізнес-моделі переважно пов'язаний з Інтернет-технологіями, інноваційні бізнес-моделі з'являлися і в галузях традиційного типу. Як приклад можна нанести газету "Метро", яка з'явилася в період, коли традиційні ЗМІ переживали занепад і стагнацію. Це щоденна газета, яка виходить у найбільших містах світу, поширюється безкоштовно, прибутки якої формуються тільки за рахунок реклами.

Як правило, докорінна зміна або часткова модифікація існуючої бізнес-моделі пов'язані з інноваціями, причому з так званими підпривними, що повністю змінюють існуючу структуру ринку.

Яскравим прикладом зміни бізнес-моделей став перехід багатьох компаній до ідеології так званих відкритих інновацій, згідно з якою підприємства можуть і повинні використовувати в інноваційній діяльності як внутрішні, так і зовнішні ідеї, а також застосовувати внутрішні і зовнішні способи виходу на ринок з інноваційними технологіями. При цьому в загальній конструкції є внутрішні механізми, які дозволяють компанії отримати частину створеної цінності [6]. Поширення такої моделі стало додатковим стимулом розвитку інноваційного підприємництва через мережеву взаємодію дослідників. Нерідко ініціаторами взаємодії стають великі компанії – Procter & Gamble, Toyota,

Intel та ін. Так, більше ніж 50% нових продуктів, що створюються нині компанією Procter & Gamble, базуються на ідеях (технологіях), отримуваних із зовнішніх джерел. Фармацевтична компанія "Pfizer" створила спеціальну програму "Pfinder", мета якої – установлення і зміцнення зв'язків з університетами [7]. Причому важливо зазначити, що парадигма відкритих інновацій складніше аутсорсингу ідей і розробок із сторонніх фірм, вона приводить до успіху тільки при комбінації внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг компанії, тобто створенні нової бізнес-моделі.

Слід особливо підкреслити, що модель відкритих інновацій не означає передачу визначених стадій інноваційного процесу на аутсорсинг. Безумовно, останній є важливим методом корпоративного технологічного трансферу. Проте ця модель означає комбінування переваг власних досліджень і розробок та зусиль сторонніх організацій як у сфері досліджень, так і просування результатів НДДКР на ринок (рис.5) [8].

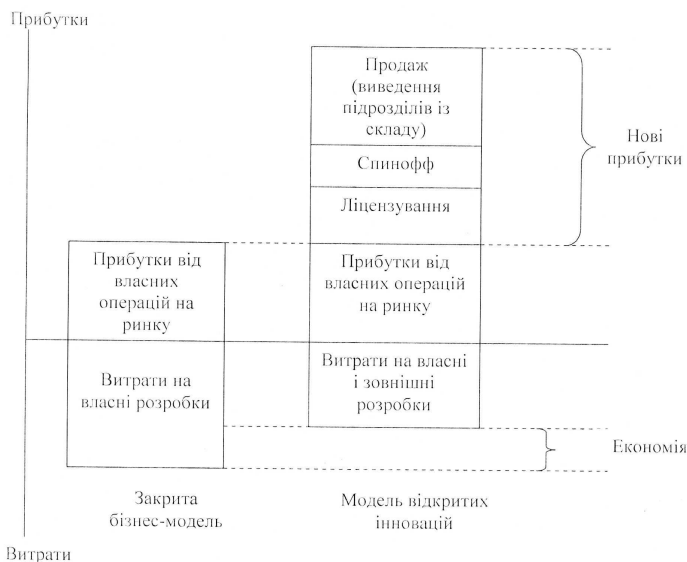


Рис.5 – Результати використання моделі так званих відкритих інновацій

Таким чином, до моделі відкритих інновацій поступово здійснюють перехід й інші компанії, навіть ті, де корпоративна інноваційна система, побудована на базі внутрішніх досліджень, довела свою успішність.

Для українських компаній, які нині перебувають у процесі формування корпоративних інноваційних систем, бізнес-модель відкритих інновацій може стати перспективою входження до світової інноваційної спільноти. Проте досі лише невелика кількість компаній заявляють про прихильність до цього підходу.

Характерною тенденцією сучасного стану розвитку корпоративного сектору економіки України є тривала та затяжна початкова стадія його становлення, що не дає змоги повною мірою реалізувати його потенційні можливості. Зокрема, це проявляється в недостатній інвестиційній та інноваційній діяльності, залежності ефективності виробництва від глибини приватизації, низькій конкурентоспроможності національної економіки. Серед причин такого стану, по-перше, незавершений процес приватизації як соціально-економічний проект; по-друге, уповільнена постприватизаційна реструктуризація його суб'єктів. Тобто сучасні вітчизняні корпорації є не стільки повноцінними суб'єктами корпоративних відносин порівняно зі світовими їх аналогами, скільки лише їх прообразами. По-третє, що особливо важливо, ще не створено всі необхідні інституційні передумови для повноцінного формування та ефективного функціонування інтегрованих корпоративних структур.

Проте логіка еволюційного розвитку спонукає вітчизняні підприємства до різних форм інтеграції своєї діяльності. В період активізації процесів об'єднання корпоративного бізнесу як одного із ефективних методів виходу із кризи особливо актуальною стає проблема виявлення позитивних та негативних факторів впливу на зазначений процес, розроблення методики оцінювання їх ефективності.

Багато підприємств мають розробки, що відзначаються застосуванням ефективних технологій і дають змогу випускати продукцію на рівні кращих світових стандартів. Однак досягнення істотних результатів у розвитку інноваційної сфери серед широкого кола підприємств найближчим часом, на наш погляд, є проблематичним. Причини такої ситуації такі:

- орієнтація підприємства на короткострокові результати діяльності на шкоду середньо- і довгостроковим; відсутність науково обґрунтованих планів середньо- і довгострокового характеру, внаслідок чого неможливо здійснювати планомірну підготовку виробництва;
- неготовність підприємств до змін ринкового попиту через нечіткий зв'язок між результатами маркетингових досліджень і роботами щодо оновлення продукції. Це стосується навіть тих підприємств, які досить добре орієнтуються на ринку: здійснюють аналіз

поточного стану ринку і конкурентів та мають у своєму розпорядженні прогнози на майбутнє;

- неефективність використання наявних ресурсів, незбалансованість інвестиційної політики підприємства, що призводить до розпорошення ресурсів.

Ще одним істотним фактором неефективності комерційної і виробничої діяльності підприємств є відсутність наукового обґрунтування управлінських рішень, прийнятих у сфері оновлення виробництва. Внаслідок невідповідності діючих на підприємстві управлінських технологій завданням підприємства часто навіть за наявності коштів ефективність їх вкладення в оновлення виробництва не виправдовує очікувань. Одна з причин – розпорошення коштів на велику кількість інноваційних проектів у зв'язку з тим, що не існує чітких критеріїв їх відбору і недостатньо враховуються зовнішні і внутрішні чинники при ухваленні рішення.

Результати дослідження дають підстави стверджувати, що процес формування інноваційних стратегій підприємств корпоративної форми власності розвивається дуже складно й динамічно під одночасним впливом усієї сукупності зовнішніх і внутрішніх факторів.

Як свідчить практика, компанії-лідери демонструють високий інноваційний потенціал у всіх сферах своєї діяльності: організаційно-управлінській, технологічній, виробничій, комунікаційній, пов'язаній з розробкою продуктів, логістикою, маркетингом. Способи впровадження інновацій у таких компаніях можуть різнитися, але незмінне високим залишається темп змін і обов'язково є лідер, що стимулює розроблення інноваційної стратегії на підприємстві, залучає весь персонал до її здійснення.

Дослідження показують, що вітчизняні компанії сьогодні перебувають на стадії пошуку найкращої структури, яка б сприяла швидкій адаптації до мінливої економічної кон'юнктури та подолання кризових явищ. На перший план виходять проблеми незлагодженого механізму управління загальнокорпоративним розвитком. Брак відкритої інформації знижує ступінь можливостей для комплексного дослідження інтегрованих корпоративних структур у вітчизняній економіці та встановленню реальних закономірностей їхнього розвитку. Тому пріоритетом для майбутніх досліджень залишається пошук шляхів підвищення ролі бізнес-груп у широкому залученні (мобілізації) інвестицій у модернізацію вітчизняної промисловості, у тому числі на регіональному рівні.

Отже, за таких умов місцева влада повинна всіляко сприяти нормуванню ініціативних груп з експертів-аналітиків, науковців, предста-

вників бізнесу, які досконало володіють інформацією про специфіку соціально-економічної системи регіону, ретроспективні і трансформаційні фактори його розвитку, характер міжрегіональних і міжнародних зв'язків, схильність населення до тих чи інших видів діяльності, і на цій основі розробляти стратегії розвитку з урахуванням необхідності формування національних і транснаціональних корпоративних структур, здатних забезпечити реалізацію інноваційного ресурсу конкретної території.

Акціонування і корпоратизація можуть надати шанси українській економіці сформувати життєздатні утворення, які спроможні забезпечити розвиток усіх форм капіталу та відповідних форм господарювання, що передбачає перерозподіл прав власності з метою стимулювання зростання ефективності всього реального сектору економіки. Подальший розвиток ринкових відносин передбачає появу різних форм взаємодії капіталів, суттєві зміни в механізмах формування та функціонування структур, які вже склалися, вимагає виявлення реальних пріоритетів інноваційного розвитку української економіки.

Реалізація нової інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності нині є для корпорацій чи не єдиним шляхом досягнення конкурентних переваг. Інновації забезпечують необхідну якість інвестицій, мають вирішальний вплив на ефективність і конкурентоспроможність корпорацій. Зростаючий приплив інвестиційних ресурсів, що сприяє реалізації інноваційної стратегії, стає своєрідним вираженням внутрішньої економічної сили та фінансової безпеки корпорації. Щоб реалізувати інноваційну стратегію та забезпечити розвиток конкуренції високих технологій, інвестиції, забезпечуючи вдосконалення всіх видів інноваційної діяльності, повинні пріоритетно зосереджуватися на тих технологіях, які визначають конкурентну стратегію корпорацій.

1.Бажале Ю.М. Знаннєва економіка: теорія і державна політика / Ю.М. Бажале// Економіка і прогнозування. – 2003. – №3. – С.12-16.

2.Gauging the Networked Readiness of Nations: Findings from the Networked Readiness Index 2008-2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.insead.edu.

3.Johnson M. Reinventing your business model / Johnson M., Christensen C., Kagermann H. // Harvard Business Review. – 2008. – December. – P.51-59.

4.Chesbrough N. The role of the business model in capturing value from innovation evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies / N. Chesbrough, R.Rosenbloom // Industrial and Corporate Change. – 2002. – Vol. 11. No. 3. – P.529-555.

5.Santos J. Toward a Theory of Business Model Innovation within Incumbent Firms / Santos J., Specior B., Heyden Van der L. // INSEAD working papers. – 2009. – March. – P.4-15.

6.Чесбро Г. Открытые инновации: Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: Поколение, 2007. – 336 с.

7.Buganza G. Open innovation process to inbound knowledge: Collaboration with universities in four leading firms / G. Buganza, R. Verganti // European Journal of Innovation

Management. – 2009. – Vol. 12, No. 3. – P.306-325.

8.Чесбро Г. Открытые бизнес-модели IP-менеджмента: Пер. с англ. В.Н.Егорова. – М.: Поколение, 2008. – 352 с.

Отримано 22.08.2011

УДК 332.834

В.В.СОСОННА

Харківська національна академія міського господарства

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Розглядається науково-методичні аспекти поліпшення процесу формування корпоративних відносин як фактор розвитку будівельної галузі в регіонах, в сучасних умовах транзитивної економіки України.

Рассматриваются научно-методические аспекты улучшения процесса формирования корпоративных отношений как фактор развития строительной отрасли в регионах, в современных условиях транзитивной экономики Украины.

The article deals with the scientific and methodological aspects of improving the process of forming corporate relationships as a factor in the construction industry in the regions, in modern conditions of transitive economy of Ukraine.

Ключові слова: будівельна галузь, будівельні корпорації, міжнародна конкуренція, зарубіжний досвід, ринкові відносини.

Актуальність даної роботи зумовлена тим, що питання корпоративних відносин в будівельній галузі все більше цікавлять українські будівельні компанії. В той же час багато іноземних компаній приходять в Україну з давно впровадженими корпоративними відносинами. Для одних – це гостра необхідність, для інших – давно впроваджений і звичайний спосіб відносин, для третіх – це щось незрозуміле й чуже.

Проблемам сутності корпоративних відносин в будівельній галузі присвячено праці науковців Гринькової В.М., Попова О.Є., Бондаренко В., Румянцева С. [1-3]. Однак, в цих роботах розглядаються загальні положення, що не дає можливості використовувати їх в конкретних умовах будівельної галузі і що вимагає поглиблених досліджень.

В зв'язку з цим основною метою даної роботи є розробка положень науково-методичного обґрунтування ефективних процесів формування корпоративних відносин як основного чинника розвитку будівельної галузі в сучасній транзитивній економіці України на шляху до ринкових відносин.

Будівельна галузь є однією з важливіших галузей народного господарства, від якого залежить ефективність функціонування всієї системи господарювання в країні. Капітальне будівництво створює велику